

Realidades híbridas en el periodismo y la comunicación

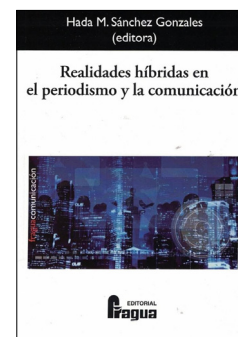
Hada M. Sánchez Gonzales (editora)

Editorial Fragua

España, 2022

118 pp.

ISBN: 978-84-7074-975-9



Realidades híbridas en el periodismo y la comunicación es una obra editada por la profesora Hada M. Sánchez-Gonzales, en la cual se reúnen las investigaciones de diferentes expertos en el ámbito de la comunicación pertenecientes al Grupo de Investigación (GIATI) de Análisis y Técnicas de la Información de la Universidad de Sevilla.

A través de seis capítulos y una introducción desarrollada por Sánchez-Gonzales, quien está al frente de dicho grupo y del Laboratorio de Proyectos en Comunicación (LabProCom), se abordan interrogantes relacionados a lo que actualmente es una doble realidad, dada la relación cada vez más estrecha entre el metaverso, las tecnologías inmersivas y los usuarios físicos, como por ejemplo, ¿cómo serían las nuevas formas de producción y distribución de las noticias?, ¿el usuario, eslabón de todo proceso, estaría en estos espacios para consumir información o solo para entretenerse?

El libro abre con la introducción “La digitalización y los espacios inmersivos en el periodismo”, texto aportado por la editora, haciendo referencia al actual contexto digital y sociocultural que se da actualmente en el ámbito comunicacional, principalmente a las realidades inmersivas y el metaverso, donde se pueden atisbar oportunidades e incertidumbres afines a los medios y a las empresas de la información.

En el primer capítulo, “Teletrabajo, inestabilidad, aceleración tecnológica. Efectos secundarios de la pandemia en el periodismo”, Marián Alonso-González analiza de qué forma el teletrabajo y la pandemia han afectado a la profesión periodística, abordando un estudio de la situación desde una perspectiva mixta basada en la entrevista mediante cuestionario a un centenar de profesionales del periodismo en activo, tanto en prensa, radio, televisión, así como responsables de comunicación organizativa institucional a nivel local, autonómico y estatal.

La participación de la audiencia en los medios de comunicación, cada vez mayor y tendiendo a maneras más novedosa conforme la tecnología y las plataformas digitales van evolucionando, es abordada por Manuel J. Cartes-Barroso en el siguiente capítulo de la obra, “Herramientas y nuevos espacios para la participación de la audiencia en los medios digitales. La comunidad de lectores de *La Vanguardia*”. Lejos de la escasa relevancia que poseía la audiencia en la pasada centuria, más allá del consumo informativo, el nuevo ecosistema digital exige la inclusión de la misma dentro de los medios a modo de interacción. Así pues, se reflexiona sobre las herramientas a disposición de los lectores para participar en los medios digitales, en este caso las relacionadas con dicho diario digital perteneciente al Grupo Godó, una de las publicaciones que más ha ido apostando por este acercamiento a los ciudadanos.

A través del tercer capítulo de la obra, “Viaje al centro del metaverso. Un mundo de oportunidades y retos para la comunicación, el consumo y la sociedad”, Noelia García Estévez (2022:63) expone una visión interdisciplinar del metaverso, definiéndolo como “un entorno virtual multiusuario en red al que se accede a través de dispositivos digitales y que integra diversas tecnologías inmersivas y multisensoriales”. Del mismo modo, se analiza al usuario y al consumidor actual, la experiencia de compra y consumo, los sistemas económicos que actualmente se dan en estos entornos virtuales, además de la aproximación a los usos y posibilidades que plantea a la industria editorial y publicitaria.

La investigación perteneciente al cuarto capítulo, “Mensajería instantánea móvil, *Telegram*, canal de información”, realizada por Hada M. Sánchez-González y Francisco Javier Martos-Moreno, analiza el tratamiento de las noticias distribuidas por los medios en *Telegram*, concretamente *Eldiario.es*, *Público* y *El País*, tres de las publicaciones con mayor número de suscriptores en dicha plataforma, así como la respuesta de los usuarios sobre las noticias difundidas y si estas cubren sus expectativas. Los autores exponen que los medios tratan de establecer una relación cercana con la audiencia, ofreciendo contenido personalizado mediante distintos recursos visuales y audiovisuales. Además, más de la mitad de los usuarios encuestados valoran positivamente los contenidos consultados, además de sus características técnicas y la comodidad de su formato.

El quinto capítulo, “Hacia el futuro de los medios en metaverso: la producción periodística en entornos inmersivos” recoge un trabajo teórico desarrollado por Sandra Méndez-Muros, donde se emplea un método de razonamiento inductivo y analítico tomando como base la literatura más actualizada sobre periodismo en realidad virtual. Así pues, se exponen las principales características de estos espacios virtuales, además de realizar una aproximación al desarrollo productivo de la industria periodística dentro de los entornos inmersivos,

teniendo en cuenta que la tecnología que los sustenta está en constante evolución.

El libro cierra con “Los neuroderechos en su proyección periodística”, que contribuye al debate relacionado con los derechos fundamentales dentro del ámbito neuronal, pues la tecnología permite adentrarse en el cerebro actualmente. En este estudio, María- Concepción Turón-Padial y José-Manuel Gómez-y-Méndez resaltan el ámbito de los Neuroderechos en el campo periodístico, con el fin de obtener una realidad del plano informativo en torno a este espacio temático que se posiciona en la vanguardia social. De este modo, los autores señalan la apuesta de las grandes compañías por una revolución tecnológica que permita la conexión directa del cerebro a internet, todo ello salpicado por la discusión de si se atendería contra los Derechos Humanos, siendo Chile el único país en modificar su Constitución en relación al desarrollo científico y tecnológico a favor de las personas.

Realidades híbridas en el periodismo y la comunicación expone de manera amplia y multifocal cómo se está posicionando la industria de la información en esta realidad dual y cambiante compuesta por lo físico y lo online, donde se intuye un panorama de oportunidades, pero también de incertidumbres. Los expertos y profesores en el campo de la información que aquí se reúnen aportan datos novedosos y de interés a través de sus investigaciones sobre temas acertados, como lo son las nuevas herramientas para la participación de la audiencia, aplicaciones emergentes en los canales de información y la producción periodística en entornos inmersivos, entre otros.

De este modo, la obra contribuye en el enriquecimiento de los debates actuales sobre dos temas asentados en la cúspide de la opinión pública relacionada con la información, como son el metaverso y las tecnologías inmersivas.

Antonio Almagro Rodríguez
Universidad de Sevilla